EL VERDADERO VALOR DE LA COLABORACIÓN NO ESTÁ EN LAS PLATAFORMAS

ÍÑIGO DE LUIS
Head of Strategy en Arena Media Madrid

La economía colaborativa y sus plataformas han marcado un antes y un después en la forma de vivir, trabajar, financiar y consumir de las personas; y, por lo tanto, en el funcionamiento de la sociedad en su conjunto. Delante de nosotros hay muchos desafíos y oportunidades que no podemos esconder debajo de la alfombra, como el polvo, porque quienes marcan el rumbo son las personas, y estas parece que tienen claro lo que quieren. Seamos valientes y constructivos y prioricemos el beneficio común, porque es indiscutible que algo bueno tendrán todas estas plataformas si millones de usuarios en todo el mundo las siguen utilizando cada día.

EL PODER (Y VALOR) DE LA COLABORACIÓN

El concepto de economía colaborativa se comenzó a popularizar a comienzos de los 2000 por diversos emprendedores y autores, como Lisa Gansky, Roo Rogers y Rachel Botsman. En esencia, se trata de utilizar la tecnología para que las personas puedan organizarse y colaborar para obtener un beneficio –económico, productivo o cognitivo–.

Tal y como Rachel Botsman explicó en su libro *What's mine is yours. The raise of collaborative comsumption*, son tres los sistemas que forman parte de esta nueva economía. Por un lado, están los "sistemas de acceso", que se refieren a la posibilidad de acceder a una experiencia específica sin necesidad de hacerlo a través de la propiedad. En segundo lugar, están los "sistemas de redistribución", para el intercambio de artículos infrautilizados en lugares o por personas que realmente sí los necesitan. Por último, están los "sistemas de estilo de vida", donde los usuarios comparten habilidades, conocimientos o tiempo.

La verdadera disrupción no ha sido tecnológica, ni económica, sino humana. Lo maravilloso de esta economía es que ha hecho que recuperemos el significado y valor de mucho de lo que nos hace humanos, como la confianza y la generosi-

Este documento es cortesía de Harvard Deusto. https://www.harvard-deusto.com
Copiarlo o publicarlo es una infracción de los derechos de autor. Para cualquier consulta contacta con info@harvard-deusto.com.

dad; y, por encima de todo, nos ha devuelto el sentido común. Lo que ha provocado es que muchos nos estemos planteando si tiene sentido la forma en la que hemos vivido los últimos 75 años y el modelo de vida liderado por un reducido número de compañías, que está implementado en gran parte del mundo. Sin duda, la economía colaborativa ha contribuido a la conciencia común respecto a muchas cosas que son, cuando menos, mejorables del actual sistema en el que vivimos.

¿UN NUEVO MODELO ECONÓMICO O UNA NUEVA MANERA DE VIVIR?

Desde que naciera, su popularidad y adopción han ido creciendo para unos, pero convirtiéndose en una verdadera pesadilla para otros, porque su set competitivo se ha visto ampliado con una propuesta de valor anclada en elementos totalmente contrarios a la esencia de los principales modelos de negocio. Lo que parecía ser solamente un pequeño nicho para gente romántica, *neo-hippie* o, simplemente, un grupo reducido de individuos deseosos de vivir de una manera diferente, se ha convertido en un nuevo modelo de economía que moverá anualmente entre 275 y 335 billones de dólares en el año 2025, según las fuentes consultadas.

Lo que esto plantea es una gran cuestión a la que deben responder las empresas apalancadas en modelos tradicionales, ya que el efecto de su calado comienza a ser universal. Porque, seamos francos, si no hubieran supuesto una competencia real para grandes gigantes de la economía, el debate hoy no existiría. Pero la realidad es que sí constituyen una competencia importante, y eso es porque tienen demanda. Y si tienen demanda es porque la gente las considera relevantes para sus vidas, que les aportan valor, que utilizándolas son, en algunos casos, "mejores personas", "tienen una vida mejor" o "sienten que están contribuyendo de alguna manera a la sociedad y el planeta".

Lo maravilloso de esta economía es que ha hecho que recuperemos el significado y valor de mucho de lo que nos hace humanos, como la confianza y la generosidad

LA IMPORTANCIA DE SER RELEVANTES PARA LAS PERSONAS

Tal y como refleja el estudio *Meaningful Brands*, del grupo de comunicación y medios Havas Media Group, un 77% de las compañías del planeta podrían desaparecer, y a la gente no le importaría. Sí, sí, tal y como han leído…, un 77%. Y eso son muchas empresas, entre las cuales no se encuentran, precisamente, las de la economía colaborativa que aparecen entre las compañías más relevantes en las categorías a las que pertenecen.

Y es que, cuando preguntamos a la gente, surgen variables que consideran relevantes que van más allá de la transacción en sí misma y del producto o servicio que compran. Cada vez son más las cosas que preocupan y que demandan las personas a las marcas. Cada vez se valoran más todos aquellos beneficios a nivel personal y colectivo que recibimos por ser clientes o usuarios de las marcas que utilizamos: la —>

Este documento es cortesía de Harvard Deusto. https://www.harvard-deusto.com
Copiarlo o publicarlo es una infracción de los derechos de autor. Para cualquier consulta contacta con info@harvard-deusto.com.

—> facilidad, la sencillez, la simplicidad, la diversidad, la variedad, la personalización, la experiencia, la conexión, la accesibilidad, la sostenibilidad, la comodidad, la pertenencia, etc. Precisamente, todos ellos son beneficios que las plataformas de la economía colaborativa tienen en su ADN. Desde su propósito de marca hasta el diseño de su experiencia de usuario, pasando por el propio producto o servicio que desarrollan, buscan ser relevantes para la gente.

NO TODO ES (SIEMPRE) ECONOMÍA COLABORATIVA

Un pequeño gran error que se suele cometer es confundir terminología. La economía colaborativa y la economía bajo demanda (*on-demand economy*) no son exactamente lo mismo. O, mejor dicho…, hay plataformas de economía colaborativa que funcionan bajo demanda, pero no todas las plataformas de economía bajo demanda son economía colaborativa. Algo que ha hecho mucho daño a la reputación de la economía colaborativa.

Cada vez se valoran más todos aquellos beneficios a nivel personal y colectivo que recibimos por ser clientes o usuarios de las marcas que utilizamos: la facilidad, la sencillez, la simplicidad, la diversidad, la variedad, la personalización, la conexión, la accesibilidad, la sostenibilidad, la comodidad, la pertenencia, etc.

Por ejemplo, plataformas como Uber o Cabify no son, en esencia, economía colaborativa. Ninguna de ellas dos está haciendo uso de ninguno de los tres sistemas a los que hicimos referencia al principio. Sí son modelos que, a través de la innovación y la tecnología, han redefinido la movilidad, poniendo en jaque una industria al completo.

De igual modo, algunas plataformas que sí eran (en esencia) modelos que, a través de la colaboración, permitían como usuario "vivir" de una manera diferente a la de hoy, por iniciativa de esas mismas plataformas o por la pasividad o excesiva permisividad de las mismas, han evolucionado a otra cosa. Un ejemplo claro es el de Airbnb, que está evolucionando hacia un *marketplace* de alojamientos vacacionales, alejándose del planteamiento inicial.

EL LEGADO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

La economía colaborativa sigue vigente entre nosotros y ya ha tenido su efecto, porque, gracias a ella, ahora nos cuestionamos como consumidores muchas cosas que antes no nos cuestionábamos.

Lo que es incuestionable es que el modelo productivo y de consumo en el que aún vivimos no es sostenible. Lo normal será que ahora sean todas y cada unas de las compañías las que, habiendo interiorizado los pilares que dieron origen a esta economía colaborativa, desarrollen sus modelos de negocio futuros con una nueva visión donde se limite el consumo de recursos, donde se plante el intercambio de conocimiento y donde ellas mismas promuevan una segunda vida para sus productos y servicios.

No sé si, en un futuro, seguiremos hablando o no de ellas, pero su legado está y estará presente entre nosotros como personas, trabajadores, emprendedores, consumidores, para así construir hacia la redefinición de un nuevo modelo económico más sostenible social, económica y medioambientalmente.

"'Economía colaborativa".
© Planeta DeAgostini Formación, S.L.

Este documento es cortesía de Harvard Deusto. https://www.harvard-deusto.com
Copiarlo o publicarlo es una infracción de los derechos de autor. Para cualquier consulta contacta con info@harvard-deusto.com.